

PROPAGANDAS EM BAKHTIN

Aurea Virginia Nogueira Ferreira³⁷
(UESB)

RESUMO

Com base em referenciais teóricos de Mikhail Bakhtin (1929), perpassando superficialmente pelos campos teóricos da retórica, da Análise do Discurso (Pêcheux, 1983; Orlandi, 1999; entre outros) e da publicidade (Carvalho, 2003), o artigo pretende fazer uma abordagem das implicações da linguagem dentro do exercício social, observando duas propagandas institucionais bancárias, sendo uma do Banco da Lavoura (atual Banco Real S/A), datada de dezembro de 1962 e a outra do Banco Real S/A, datada de maio de 2005, estas compondo momentos históricos diferenciados, viabilizando o inter cruzamento de tais discursos, remetendo, desta forma, à compreensão de que a enunciação não é individual, e sim, possuidora de uma natureza social.

PALAVRAS-CHAVE: Linguagem. Exercício social. Discurso. Compreensão. Enunciação.

INTRODUÇÃO

Apesar da pluralidade, Bakhtin revela a unidade em suas obras através da abordagem sobre a linguagem. Esta como representação do exercício social, reportando o inter cruzamento dos discursos com outros, o qual comporta duas faces: uma de que a palavra procede de alguém e a outra de que a palavra se dirige para alguém. Nessa conjuntura, compreende-se que a palavra é mediadora entre o social e o individual, ela se dirige a um interlocutor, variando de acordo com o grupo social a que pertence ou ao qual se dirige. É, portanto, fenômeno ideológico.

Nessa perspectiva, o produto ideológico faz parte de uma realidade social, refletindo uma outra realidade que lhe é exterior, já

³⁷ Graduada em Letras Vernáculas – UCSal; Mestranda do Curso Estudos em Linguagens da Universidade do Estado da Bahia – UNEB.

que tudo que é ideológico é signo. Então, compreender um signo consiste em aproximá-lo de outros signos já conhecidos. Seu lugar é social e é meio de comunicação entre indivíduos socialmente organizados. Outrossim, é fundamental que locutor e auditório formem uma unidade social, logo, a consciência individual deve ser um fato socioideológico e a consciência subjetiva do locutor atribua significação às formas normativas numa dada enunciação, determinada pelos elementos extralingüísticos que interpelam a situação. Essa significação pode ser analisada em um conjunto de significações ligadas aos elementos lingüísticos que a compõem. Assim, há uma multiplicidade de significações, às quais são inseparáveis das situações concretas em que se realizam.

MATERIAL E MÉTODOS

Para uma abordagem das implicações da linguagem dentro do exercício social, utiliza-se neste trabalho como aporte, os referenciais teóricos de Mikhail Bakhtin, perpassando superficialmente pelos campos teóricos da retórica, da Análise do Discurso e da publicidade, já que para tal trabalho foram selecionadas duas peças publicitárias institucionais bancárias, sendo uma do Banco da Lavoura (atual Banco Real S/A), datada de dezembro de 1962 (propaganda A) e a outra do Banco Real S/A, datada de maio de 2005 (propaganda B). Para tanto, o enfoque Bakhtiniano é bastante pertinente para compreensão de que a enunciação é possuidora de uma natureza social, e que nessa perspectiva há a possibilidade de um inter cruzamento entre os discursos apresentados; assim, a utilização de tal *corpus*, exigiu um breve perpassar pela publicidade e, por entender que publicidade é linguagem e discurso, foi necessário também filiar tal abordagem a algumas noções pertinentes à argumentação e ao interdiscurso.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As duas propagandas evidenciam que o signo pode ser convertido em signo socioideológico, adquirindo um sentido que ultrapassa suas particularidades, a exemplo da propaganda “A”, na qual *formatura* representa oportunidade, momento de alegria, de realização, de valorização do estudo, de ascensão social. Assim como, na propaganda “B”, na qual *maturidade e liberdade* representam produtividade, tempo para realizar feitos, de produzir e descobrir o (s) talento(s) anteriormente não despertado(s).

Quanto à significação ser inseparável da situação concreta em que se realiza, podendo apresentar significação diferente a cada vez, de acordo com a situação, toma-se, por exemplo, a peça “A”, que remete a um contexto passado, ao qual a formatura era algo quase inatingível, justificando o oferecimento de um empréstimo para tal fim. Assim, a temática abordada (formatura), pela propaganda “A”, ao mesmo tempo que anuncia a valorização à educação, facilitando a sua conclusão, estabelece um laço afetivo com seu auditório ao propor um empréstimo denominado familiar. Portanto, ao enfocar um contexto dos anos 60, demarca um período de mobilizações populares em favor de reformas sociais, repercutindo, na educação. Talvez seja esse o posicionamento do Banco da Lavoura ao enfocar o tema, no intuito de propor ser uma instituição atualizada, estando sempre ao lado do povo, vinculando a missão de prestar serviços financeiros de qualidade, gerando sustentabilidade, contribuindo para a evolução da sociedade.

Nessa perspectiva, a propaganda “B”, do Banco Real, que enfoca a terceira idade, demarca uma trajetória de indiferença e descaso, à qual o idoso era associado a estereótipos negativos como doenças, inatividade e improdutividade, sempre ligado a produtos farmacêuticos ou sempre exercendo papéis de avós. Hoje, o idoso é encarado como consumidor potencial, adquirindo produtos modernos e serviços bancários, considerado, um segmento do mercado com poder

econômico. Então, o Banco Real, evidencia na propaganda o Concurso Talentos da Maturidade, o qual estimula a participação de pessoas a partir de 60 anos, incentivando, que este retome os estudos, aspecto a ser resgatado nesse período, representando uma instituição que possibilita inclusão e valoriza a terceira idade, por meio de valores como respeito e igualdade de oportunidade, posicionando-se de maneira “diferenciada”, rejeitando o passado de preconceito, e de educação deficitária conhecido por todos.

CONCLUSÕES

O discurso escrito é integrante de uma discussão ideológica, ele responde às objeções potenciais. A enunciação constitui uma fração de uma corrente de comunicação verbal ininterrupta, é como uma ilha emergindo de um oceano sem limites. Assim, uma inscrição é produzida para ser compreendida, é orientada para uma leitura no contexto da realidade literária do momento, isto é, no contexto do processo socioideológico do qual ela é parte integrante.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, M. M. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem**. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2006. 203 p. Edição original: 1929.
- CARVALHO, N. **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: Ática, 2003.
- ORLANDI, E. P. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 3. ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2001.
- PÊCHEUX, M. **O Discurso: estrutura ou acontecimento**. Trad. Eni P. orlandi. 4ª ed. Campinas, São Paulo: Pontes Editores, 2006. Edição original: 1983.